



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2012

Die Argumente für die Buchpreisbindung

Dietl, Helmut

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich
ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-63430>
Scientific Publication in Electronic Form
Published Version

Originally published at:
Dietl, Helmut (2012). Die Argumente für die Buchpreisbindung. cash.ch: cash zweiplus ag.

Die Argumente für die Buchpreisbindung

Am Sonntag steht in der Schweiz das Gesetz über die Buchpreisbindung zur Abstimmung. Dieses Gesetz erlaubt Verlegern und Importeuren, einen verbindlichen Endverkaufspreis für die von ihnen verlegten bzw. eingeführten Bücher festzulegen. Buchhändler sind an diese Preisvorgabe weitgehend gebunden und dürfen maximal 5 Prozent Rabatt auf den vorgegebenen Endverkaufspreis gewähren.

Das Gesetz über die Buchpreisbindung trat am 18. März 2011 in Kraft, nachdem zunächst die Wettbewerbskommission und nach entsprechenden Beschwerden auch das Bundesgericht die bis 1999 in der Deutschschweiz übliche Praxis der Buchpreisbindung als erhebliche und unzulässige Beeinträchtigung des Wettbewerbs einstufte, der durch keine wirtschaftlichen Effizienzargumente gerechtfertigt sei.

Befürworter der Buchpreisbindung führen häufig kulturpolitische Argumente ins Feld. Das Buch sei ein kulturelles Gut, von dem letztendlich alle profitieren, da Bücher geistige und intellektuelle Ideen transportieren und damit die Kultur einer Gesellschaft fördern. In meinen Augen lässt sich damit unter Umständen eine Mehrwertsteuerermässigung, aber keine Preisbindung rechtfertigen.

Die Gegner der Buchpreisbindung argumentieren, dass durch die Preisbindung der Preiswettbewerb auf der Ebene des Buchhandels ausgehebelt wird und die Konsumenten deshalb überhöhte Buchpreise zahlen müssen. Insbesondere Discounter und Internetbuchhändler können ihre Kostenvorteile aufgrund der Buchpreisbindung nicht an den Kunden weitergeben. So gesehen behindert die Buchpreisbindung den Bücherkonsum, indem sie dazu führt, dass Buchpreise tendenziell zu hoch sind und deshalb zu wenige Bücher nachgefragt werden, was sich letztendlich wiederum negativ auf die Kultur einer Gesellschaft auswirkt.

Beim Streit um die Buchpreisbindung wird meines Erachtens häufig übersehen, dass Bücher beratungsintensive Erfahrungsgüter sind. Kunden können die Qualität eines Buches erst dann beurteilen, wenn sie seinen Inhalt kennen. Da Kunden aber nicht alle Bücher vor dem Kauf lesen können, sind sie auf die Beratungsdienstleistungen des Buchhandels angewiesen, um herauszufinden, welches Buch am besten ihren Bedürfnissen entspricht. Diesen Beratungsservice können Buchhändler nicht direkt in Rechnung stellen. Die Kosten dieser Beratungsdienste sind vielmehr im Buchpreis enthalten.

Solange der Buchhandel bei der Preissetzung gebunden ist, spielt sich der Wettbewerb deshalb allein auf der Ebene des Service ab. Die Kunden ziehen letztendlich den Händler vor, der ihnen den besten Service bietet. Sobald die Buchpreisbindung wegfällt, verlagert sich der Wettbewerb vom Service auf den Preis. Ohne Buchpreisbindung lohnt es sich für Buchhändler nicht mehr, umfangreiche Beratungsservices anzubieten, da diese Dienstleistungen nur Kosten verursachen, aber keine Wettbewerbsvorteile bringen. Die Beratungsleistungen reduzieren sich auf kostenlose Kundenrezensionen.

Ein Buchhändler, der sich durch umfangreiche Beratungsdienste von seinen Konkurrenten abheben möchte, müsste versuchen, die hierdurch entstehenden Zusatzkosten durch höhere Buchpreise zu decken. Dies ist aber nicht möglich, weil sich zu viele Kunden als

Trittbrettfahrer betätigen würden, indem sie sich im Fachgeschäft beraten lassen, das ausgewählte Buch dann aber beim Discounter oder im Internet preisgünstiger erwerben.

Der Streit um die Buchpreisbindung ist also nicht in erster Linie ein Streit um mehr oder weniger Wettbewerb im Buchhandel, sondern ein Streit darüber, ob der Beratungsservice oder der Preis im Mittelpunkt des Wettbewerbs stehen sollen.